

第1章 調査の概要

第1章 調査の概要

1-1 調査の目的

- ・名古屋市では、平成23年12月に名古屋市市民活動促進基本方針を策定し、促進のための施策の方向性の一つとして「市民活動団体の自立発展のための環境づくり」を挙げており、寄附などの資金が地域で回る仕組みの調査・検討を行うこととしている。
- ・そこで、本調査では、市民活動団体がどのような事業に資金を必要とし、必要な資金を民間からどのように調達しているかを調査することで、市民活動団体における寄附をはじめとする資金の流れを明らかにする。また、市民や市内の企業に対して、市民活動団体への寄附に関する意識等の調査を行う。
- ・上記の調査を踏まえて、今後の資金循環等の促進に向けた方策・教訓・冊子等をまとめる。
 - ①市民や企業等からの資金的支援を促進する仕組み・方策を提案する。
 - ②市民活動団体が効果的な資金調達活動を行なっていくための教訓を抽出する。
 - ③市民や企業等を対象に、寄附の必要性や寄附の仕方を解説した啓発冊子をつくる。

1-2 問題認識と調査の視点

- ①市民活動団体は、対価性が低くても社会に必要とされる活動を行うことが多いため、社会からの資金的支援が欠かせない。しかし、寄附を募る活動に労力を割けない状況も多く、「愛知県NPO財務分析調査事業」¹でも、県内のNPO法人の平均値において、総収入の中で寄附金収入が占める割合は、4.0%だった。これに対して、今回の調査では、今後促進していく上での可能性を見出すために、NPO法人については、寄附集めに一定の実績を持つ団体（2009年度の会計報告の中で、寄附金収入または賛助会費の収入が30万円以上）を対象にアンケート及びヒアリング調査を実施する。
- ② ①において、アンケート調査では、寄附集めをはじめとする資金調達活動についての実態を把握するための調査を行う。ヒアリング調査では、その取り組みにおける工夫点と共に、資金調達活動をどのように位置づけ、また、そのための体制の整備にどう取り組んでいるかを明らかにすることで、他団体が今後取り組んでいく上での教訓を引き出す。
- ③多様な市民活動団体が発展していく重要性を踏まえ、法人格を持たない市民活動団体も調査対象に含める。その中で、助成金を過去に獲得した団体が助成終了後、活動を継続・発展する上で資金的課題に直面する可能性が高いと考えられることから、名古屋市社会福祉協議会の「地域福祉リーディングモデル事業助成団体」及び、名古屋都市センターの「まちづくり活動助成団体」を調査対象とする。
- ④投票権付きのクーポンを使って市民活動団体に寄附ができるプログラム「ぼらチャリ 2012」が今年度初めて名古屋市で実施されたのを受け、市民を対象にした寄附集めの一つのテーマとして取り上げる。多くの投票を集めた団体に、協力を呼びかけた際の反応や団体内での取り組み状況について尋ねる。
- ⑤市民を対象に、これまでの寄附経験／これからの寄附意向を尋ね、市民活動団体向け調査の結果と比較する中で、寄附を出す側である市民と受け側である団体との認識の違いを明らかにして今後の改善

¹ 愛知県NPO財務分析調査事業報告書『NPO法人の財政・財務の実績』愛知県、2012年

点を探る。また、性別・世代等の属性別の傾向や、ボランティア経験等の市民活動団体の関わり度における違いを見ることで、ターゲットに応じた寄附集めに向けてのヒントを得る。

- ⑥同じく、寄附を出す立場である企業を対象に、これまでの寄附経験／これからの寄附意向を尋ね、市民活動団体が今後企業からの寄附を増やしていくためのヒントを得る。企業の中でも、大企業では組織としての社会貢献方針を定め、その方針にマッチした市民活動団体が対象になる傾向が高いため、今回は、地域という共通基盤の元に協力や資金的な支援の関係を築いていくことが可能かという観点を重視して中小企業（愛知中小企業家同友会の会員団体で、市内に事業所を持つ企業）を対象とする。
- ⑦ ⑤の市民調査や⑥の企業調査では、寄附について、どんな点を不安・不審に感じるか等も尋ねる。それを払拭し、市民活動団体全般への理解や寄附への関心を高めるために、社会的な仕組みとしてどんなことに取り組むべきか方策を考える。

1-3 調査の構成

①市民向け調査(アンケート調査)=第3章

調査目的：市民活動団体に対する寄附への意向を把握

寄附経験、活動分野・寄附手段等の意向、寄附先として重視する点等、10 の設問

調査対象：名古屋市在住の満 18 歳以上の市民の中から、無作為抽出した 2,000 人

調査方法：郵送配布郵送回収方式

調査期間：平成 24 年 7 月 13 日～8 月 10 日

回収数（率）：507 人（25.4%）

②企業向け調査(アンケート調査)=第4章

調査目的：市民活動団体に対する寄附への意向を把握

寄附経験、寄附をした／しなかった理由、活動分野や特性等の意向、寄附先として重視する点等、27 の設問

調査対象：愛知中小企業家同友会の会員企業の中から、名古屋市内に事業所を置く 1,719 社

調査方法：愛知中小企業家同友会が会員企業に対して有しているインターネットシステムを活用

調査期間：平成 24 年 10 月 22 日～10 月 28 日

回収数（率）：155 社（9.0%）

③NPO法人向け調査(アンケート調査)=第5章 第1節

調査目的：寄附等の資金調達に関する現状と課題を把握

資金調達活動の経験や状況、全収入・寄附収入の状況、名古屋市内における資金と循環の性化に向けての意向・意見等、11 の設問

調査対象：名古屋市内に主たる事務所を置き、かつ 2009 年度の会計報告で「寄付及び賛助会費収入が 30 万円以上」と記載されている N P O 法人 177 団体

調査方法：郵送配布郵送回収方式

調査期間：平成 24 年 6 月 15 日～7 月 6 日

回収数（率）：99 団体（55.9%）

④地域福祉リーディングモデル事業助成団体向け調査(アンケート調査)=第5章 第2節

調 査 目 的：表記助成金を受けたことがある団体が持つ資金調達に関わる現状と課題を把握
資金調達活動の経験や状況、全収入・寄附収入の状況、名古屋市内における資金と循環
の活性化に向けての意向・意見等、7 の設問

調 査 対 象：2006 年度以降に表記助成を得たことがある団体の中の、任意団体 30 団体

調 査 方 法：郵送配布郵送回収方式

調 査 期 間：平成 24 年 7 月 5 日～8 月 3 日

回収数（率）：15 団体（50.0%）

⑤まちづくり活動助成団体向け調査(アンケート調査)=第5章 第3節

調 査 目 的：表記助成金を受けたことがある団体が持つ資金調達に関わる現状と課題を把握
資金調達活動の経験や状況、全収入・寄附収入の状況、名古屋市内における資金と循環
の活性化に向けての意向・意見等、7 の設問

調 査 対 象：名古屋都市センターの表記助成を得たことがある団体の中から、③・④と重複する団体
を除外した任意団体 71 団体

調 査 方 法：郵送配布郵送回収方式

調 査 期 間：平成 24 年 7 月 12 日～8 月 3 日

回収数（率）：39 団体（54.9%）

⑥ヒアリング調査=第6章

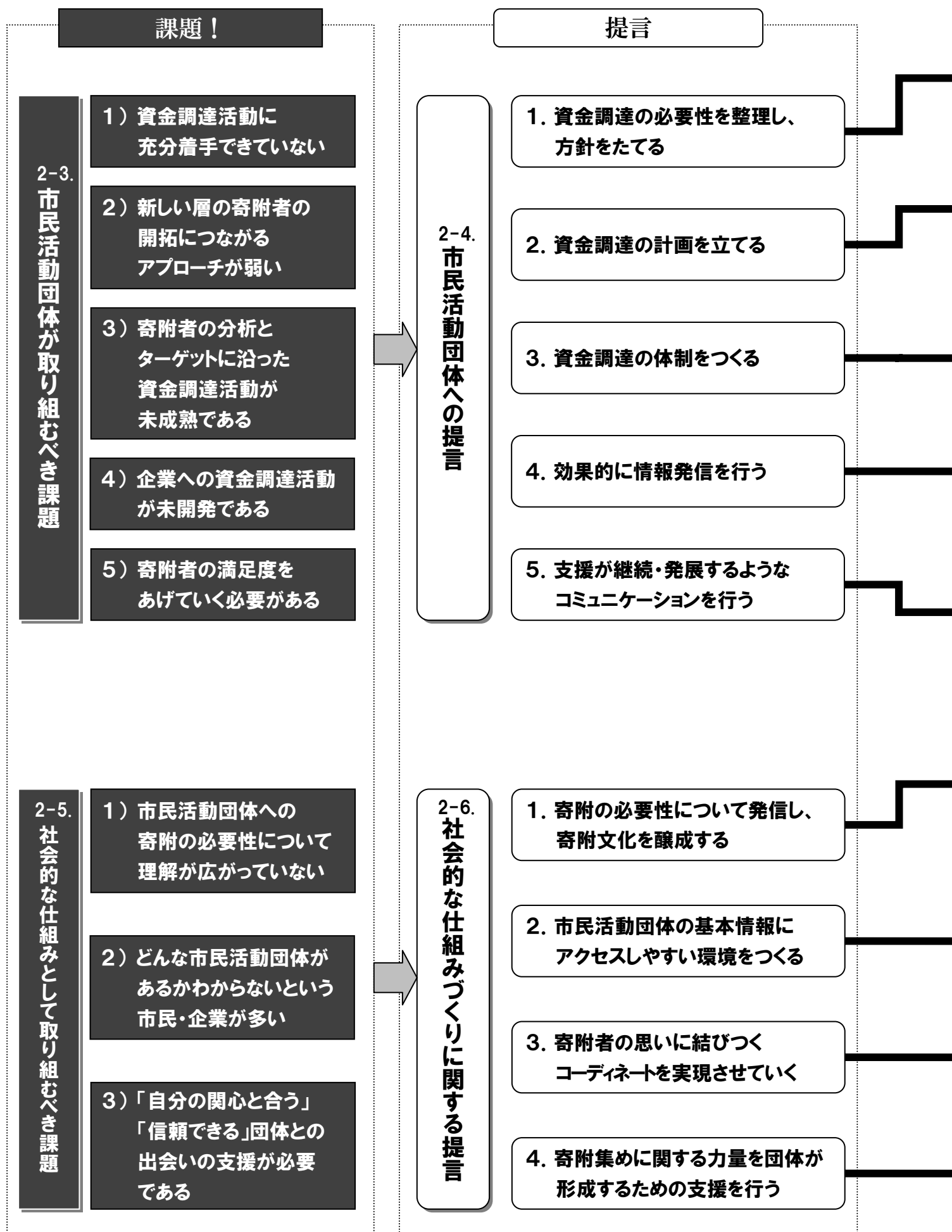
調 査 目 的：アンケート調査の全体傾向を踏まえ、寄附者（団体への寄附者／企業）については寄附
の意向をより具体的に把握するために、団体に対しては、資金調達活動の工夫やそれに
取り組む上での組織的な努力についての教訓を引き出すために、詳細を調べる。

(1)企業	愛知中小企業家同友会を介して協力承諾を得た会員企業 建設業、製造業、卸売・小売業、サービス業より各 1＝計 4 企業
(2)市民活動団体	NPO 法人 6、地域福祉リーディングモデル事業助成団体 1、まちづくり活動助成 団体 1 の計 8 団体。 可能な団体では、寄附者にもヒアリングも実施
(3)寄附プログラム	市内の団体にとって身近かで参加しやすい寄附プログラムの事例を調査 ・「ぼらチャリ 2012」の参加団体の内、投票数上位 3 団体 ・イオン「幸せの黄色いレシートキャンペーン」の店舗側担当者

1－4 本調査から見えてきた課題と今後への提言＝第2章

・市民活動団体への寄附をはじめとする資金調達の課題について、「市民団体の側が努力し取り組んで
いくべきこと」と「社会的な仕組みとして取り組んでいくべきこと」の二つの側面から課題を確認し、
それらに取り組んでいくためのポイントや方策について提案した。

本調査から見てきた課題と今後への提言（第2章の全体構成）



具体的な取り組み

- (1) 資金調達をする必要がある事業を分析し、資金調達の方法を検討する
- (2) 資金調達の性質により、呼びかけの戦略・コンセプトのイメージを描く

- (1) 資金調達の計画をつくり、発信する
- (2) 寄附者を金額等でカテゴリー分けし、各々の目標を設定する
- (3) 潜在層の開拓については、気軽に自己実現が感じられるよう工夫する
- (4) 世代・性別等の主要ターゲットを設定して、当事者意識に訴える工夫をする
- (5) 寄附者に負担をかけない寄附集めを心がける
- (6) 企業に対して：企業が持つ社会貢献の方針や、本来事業との関連性に訴える
- (7) 共感を生み出すのが比較的難しい活動での、潜在層の開拓は、体験等を盛り込む

- (1) 時限性・イベント性を活かして、楽しく資金調達ができる機会をつくる
- (2) 理事構成を戦略的に考え、役割を担ってもらう
- (3) ボランティアによる資金調達活動は、充分にその自発性が活きる形で行う
- (4) 外部人材とつながり、新しい担い手を開拓する

- (1) 寄附を行うことによる効果を具体的に表記する
- (2) 魅力的で親しみやすさを感じる工夫をする
- (3) 対象者に応じた広報ツールをつくる
- (4) 団体の信用につながる基本情報の公開を行う

- (1) 潜在的寄附者から次のステップへと働きかける
- (2) 「寄附が届いた」「役立った」ことが寄附者に伝わる
- (3) 活動の意義について一歩理解が深まる情報発信を行う
- (4) 現場や支援対象者との接点を持つことで、継続的に支援する気持ちを育てる
- (5) 貢献度を自覚でき、誇りが持てるような仕組みを工夫する
- (6) 寄附者が活動に関われる機会をつくる

- (1) 行政としてのメッセージ発信
- (2) 啓発資料を通してのPR
- (3) 寄附の必要性や方法について学ぶ機会
- (4) 寄附体験の機会の創出・普及
- (5) 寄附付き商品の普及
- (6) メディアを通過した情報発信

- (1) 情報公開している存在であることの認知
- (2) 公共施設での登録、助成金獲得、行政の各部署を通じた情報公開
- (3) 人が集まる場所でのPR
- (4) 地元企業と市民活動団体との出会いの機会

- (1) 信用保証の伴った情報インフラの整備
- (2) (1)を「テーマでまとめて」整備・発信
- (3) すでにある、寄附インフラの対象拡大
- (4) 集合的な窓口があり、寄附のすそ野を広げられるシステム（ファンド機能の普及）

- (1) 寄附をよびかけるノウハウを学ぶ実践型の研修
- (2) 市民活動団体の運営の虎の巻・基本編として提供
- (3) 財政基盤を踏まえた資金調達の戦略について学び合う機会
- (4) 専門性をもつ外部人材とのマッチング

1-5 調査結果の概要(ポイント抜粋)

第3章 市民活動団体への寄附に対する市民の意識

第3章では、無作為抽出により、名古屋市在住の市民 2,000 人を対象に、寄附経験の有無や、「名古屋市に事務所を置く NPO に寄附をするとしたら」を前提に、活動分野や寄附手段等についての意向、寄附先の団体として重視する点等を調査した。寄附文化を醸成していくためにどのような現状・課題があるかと同時に、年代や NPO との関わりの有無の違い等による傾向の違いも考察している。以下が調査結果から読み取れる主要なポイントである。

(1) 寄附行為の実態と意向

ア) 平成 23 年の 1 月から 12 月までの 1 年間で「寄附をした人」の割合は 66.3%で【問1-1】、「寄附白書 2011」にある 2010 年の 1 年間で寄附をした人の割合 33.7%を大きく上回っている。同時に、「東日本大震災のみに寄附した」人の割合が 30.0%あり、3 割強の増加の要因は大震災への寄附によるものと推測される【問1-2】。

イ) 「2010 年の一年間で寄附をした活動分野別の実績」と「寄附をしたいと思う NPO の活動分野」との比較を見ると、「災害救援・防災」実績 0.9%/意向 26.4%、「高齢者福祉」実績 2.1%/意向 21.9%、「障害者福祉」実績 7.0%/18.5%、「子育ての支援」実績 0.3%/実績 18.1%で【問1-2・問2】、多様な活動分野への寄附の意向が表れており、潜在的な寄附者は少なくないことが確認できる。

ウ) 活動分野への意向は性別や年代別による違いも存在し、20 代では「自然環境の保全」「国際協力」といった広域的な視点を持つ活動分野への意向が高く、「高齢者福祉」は 60 代・70 代で意向が高いといったような、当事者性の高い分野への志向性が見られる。

問2「寄附の意向」と問1-2「寄附の実績」の比較

	回答者数	東日本大震災の復興支援	災害救援・防災（東日本大震災以外）	高齢者福祉	障害者福祉	子育ての支援	交通安全・犯罪防止等の地域の安全	自然環境の保全	児童・青少年の健全育成	まちづくり・地域活性化	雇用・失業対策	街並み・景観の保全・美化	スポーツの振興	文化・芸術の振興	国際協力	リサイクル・エコライフ推進	社会教育・生涯学習	人権擁護・平和推進	消費者問題	学術・研究の振興	観光の振興	市民活動の支援	在住外国人との交流・支援	男女共同参画の推進	わからない	その他	無回答
問2	507	273	134	111	94	92	68	58	52	52	46	34	23	20	19	15	13	14	10	8	6	6	2	2	0	9	36
寄附の意向		53.8%	26.4%	21.9%	18.5%	18.1%	13.4%	11.4%	10.3%	10.3%	9.1%	6.7%	4.5%	3.9%	3.7%	3.0%	2.6%	2.8%	2.0%	1.6%	1.2%	1.2%	0.4%	0.4%	0.0%	1.8%	7.1%
問1-2	336	283	3	7	23	1	1	3	12	7	0	2	3	2	31	0	0	1	0	2	0	1	0	0	125	0	7
寄附の実績		84.2%	0.9%	2.1%	6.8%	0.3%	0.3%	0.9%	3.6%	2.1%	0.0%	0.6%	0.9%	0.6%	9.2%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.6%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	37.2%	0.0%	2.1%

(2) 望ましい寄附手段

エ) 「寄附をしてもよいと思う金額」では、「千円まで」という回答が最多の 37.3%、「つり銭程度」「500 円まで」と合わせると 57.2%に及び、1 回に多くの金額を寄附する意向は多くはない【問3】。

オ) 「寄附手段」についての意向では、「寄附付き商品の購入やポイント寄附など買い物を通す寄附」が 37.7%と最も多く、「寄附を目的としたイベント」「街頭募金」「コンビニ店頭などの募金箱」の順に

続き、街中で気軽にできる寄附手段に回答が集まっている。また、「金融機関を通した支払い」は「現金手渡し」を上回り、また「クレジットカード決済」もインターネット利用がより志向されるなど、利便性も重視される傾向にある【問4】。ただし、性別・世代による違いも大きい。

(3) 寄附先のNPOについて重視する点

カ)「寄附金の使い道が明瞭なこと」が 88.6%と

9割近くに達し、続いて「事業報告と会計報告を公開していること」となり、会計や成果等での“情報の透明性”が最重視されている。また、「寄附の方法がすぐわかり簡単であること」が 26.6%と、寄附方法の“利便性”への希望も高い【問5】。

(4) 寄附したNPOから届くとよい情報

キ)「寄附事業が終了した後に、成果報告書を送ってほしい」36.1%を筆頭に、「事業の活動報告を定期的に送ってほしい」20.3%、「成果報告会を開催してほしい」18.1%と、成果を知りたいとする希望は比較的多い。また、寄附した事業のみならず「NPOのイベントやボランティア活動のお知らせがほしい」も 26.2%を占め、団体全体を理解し、参加を望む寄附者も比較的多い【問7】。

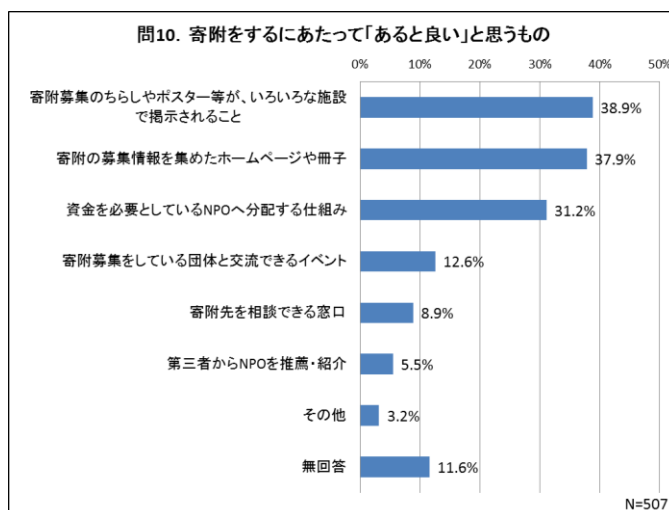
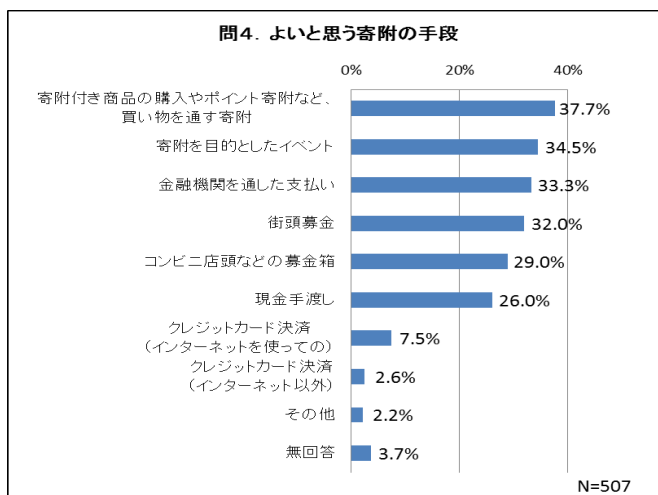
(5) 活動する地域についての意向

ク)「こだわらない」42.0%が最多である。他方、「名古屋市内」20.7%、「居住する区内」9.3%、「同・小中学校区内」7.5%の3項目の計37.5%は、「愛知県内」「その他日本国内」「海外」の計11.0%を大きく上回る。地域にこだわらない人が多いと同時に、地元の活動を応援したい意向も高い【問9】。

(6) 寄附を促進するためにあるとよい仕組み

ケ)「寄附募集のちらしやポスター等の施設での掲示」38.9%、「寄附情報を集めたホームページや冊子」37.9%と、寄附情報に気軽に接する機会を希望する人が多い。加えて、「資金を必要としているNPOへ分配する仕組み」も31.2%と、仲介的機能の希望も多い【問10】。

コ)「名古屋市内に事務所を置くNPOに寄附をしたいと思うか」では、「思う」が18.7%にとどまり、「思わない」14.0%、「わからない」62.1%にのぼる。「思わない」「わからない」の理由では、「どんなNPOがあるかわからない」34.5%、「寄附金を有効に活用してくれるかどうか不安」19.2%が続く。市民が安心して寄附できる環境をつくる上で、NPOの情報にアクセスしやすい環境整備を図ること、加えて、団体自身が活動や寄附事業についての情報発信を活性化させていくことの両面が課題となる【問8・問8-2】。



第4章 市民活動団体への寄附に対する企業の意識

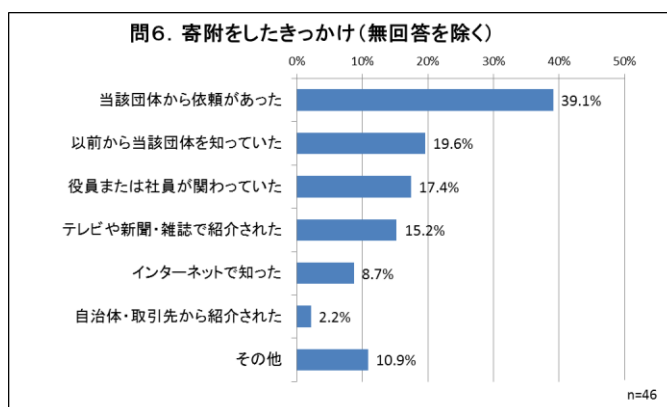
第4章では、名古屋市内に事業所を置く企業の中で、愛知中小企業家同友会の会員企業を対象に調査を行った（送付数 1,719 社、回答数 155 社）。寄附の実績、NPOへの寄附の意向について、活動分野や団体の持つ特性・価値観、企業の社会貢献意識との関係等を尋ねている。寄附実績は高いといえない状況だが、「地域づくり」「人づくり」を軸に、今後資金循環を促進していく可能性も浮かび上がった。

(1) 寄附行為の実態、寄附をしたきっかけ

ア) 平成 23 年の 1 月から 12 月までの 1 年間で、寄附実績が「ある」企業は 26.5%と、市民向け調査結果の 65.1%と比べてかなり低い割合となった【問4】。

イ) 寄附をしたきっかけは、「無回答」を除いた回答では、「当該団体から依頼があった」が 39.1%と最も高い。「以前から当該団体を知っていた」19.6%、「役員または社員が関わっていた」17.4%と、既に関係が形成されていたケースも一定数ある【問6】。

ウ) 逆に、寄附をしなかった理由では、「寄附の依頼がなかった」が 37.2%、「寄附の必要性・効果が伝わってこなかった」が 10.6%である【問9】。これまでにNPOから寄附の依頼を受けたことがあるかの問では、「依頼を受けたことがない」が 71.6%にのぼり、まずは団体側が寄附を依頼していくことが課題であるといえる【問10】。



(2) 寄附をしたいと思う活動分野、特性・価値観

エ) 寄附をしたいと思う活動分野では、「東日本大震災の復興支援」が 43.2%と最も多い。市民向け調査結果の 53.8%と比べると復興支援は低い。逆に高いのが「障害者福祉」の 27.1%（市民 18.5%）、「まちづくり・地域活性化」の 21.9%（同 10.3%）、「児童・青少年の育成」の 18.7%（同 10.3%）、「自然環境の保全」の 16.1%（同 11.4%）であった。幅広い分野の活動団体に対して高い意向が表れている。

自由記述では、「子どもの健全育成」「社会的な弱者の支援」「自然環境の保全・整備」「防犯等地域の保全」に関わる活動に回答が集まった【問15】。

オ) どのような特性や価値観を持った団体に寄附する意向があるかに関しては、「活動を通して人々が成長する・力をつける」の 25.8%が最も高く、「地域への愛着・誇りを育てる」「地域の絆や関係性をつくる」が続く。「地域づくり」「人づくり」への期待が高く表れている【問16】。

問16. どのような特性や価値観を持った団体なら、寄附したいと思うか（複数回答）

	回答数	割合
活動を通して人々が成長する・力をつける	40	25.8%
地域への愛着・誇りを育てる	37	23.9%
地域の絆や関係性をつくる	36	23.2%
目の前の切実な問題を解決する	28	18.1%
中長期的な視点で大切なことに取り組む	28	18.1%
人々の社会参加や自己実現を進める	22	14.2%
社会に対して新しい提案を行う	21	13.5%
公共サービス等が届いていない人を支援する	19	12.3%
専門性が高く効果的な事業を行う	18	11.6%
多様な立場の人や考え方を尊重し合う	16	10.3%
独自性がある・新しいアプローチ	15	9.7%
新しい社会の課題を発掘する	14	9.0%
柔軟で利用者視点のサービスを提供する	13	8.4%
こだわらない	32	20.6%
無回答	7	4.5%
回答者数	155	

(3) 地域社会への貢献

カ) 平成 22 年に閣議決定された中小企業憲章における行動指針『七. 地域及び社会に貢献できるような体制を整備する』の内容についての問では、認知度は 51.6%と半数だった。また、「地域及び社会に貢献」について、テーマや理念を「定めている」企業は、35.5%と約 3 分の 1 である【問11・問12】。

キ) NPOとの関わりについて尋ねた問では、38.0%が何らかの関わりを持っているという結果となっている【問3】。NPOへの寄附に期待する効果としては「見返りを期待してはいない」を除くと、「地域との信頼関係が強まる」が29.7%、「社会課題の解決に貢献できる」が28.4%であり、地域の一員として社会貢献したい意向がうかがえる。他方、「社員の志気・愛社精神・労働意欲があがる」21.9%、「企業のイメージアップにつながる」17.4%と、企業への間接的な効果を期待する声もある【問22】。

ク) 寄附をしたいと思う活動団体の対象地域では、「こだわらない」が47.1%と約半数に及ぶ。「名古屋市内」が14.8%で、「貴社所在地の小中学校区内」9.0%、「同・行政区内」の11.6%を合わせると35.4%となり、地元の団体を応援したい意向は存在する【問17】。

(4) 寄附団体に望む情報提供・コミュニケーション

ケ) 寄附先のNPOについて重視する点は、「寄附金の使い道を明確に説明できるか」が70.3%、「自分たちの活動を正しく説明できるか」が63.2%、「寄附の成果を明確に説明できるか」が54.8%と、目的・活動内容・成果を説明する力が求められる。続いて「なぜ貴社から寄附がほしいのかを説明できるか」が21.3%である。業種別で活動分野の意向の差も大きいことから、各企業の社会貢献の意向を意識して寄附の依頼を行っていく工夫が重要である【問19】。

問19. 寄附先のNPOについて重視する点(複数回答)

	回答数	割合
寄附金の使い道を明確に説明できるか	109	70.3%
自分たちの活動を正しく説明できるか	98	63.2%
寄附の成果を明確に説明できるか	85	54.8%
なぜ貴社から寄附がほしいのかを説明できるか	33	21.3%
活動実績が豊富か	25	16.1%
他の資金調達手段で十分努力しているか	25	16.1%
行政からの信頼があるか	20	12.9%
本業に近い分野の活動か	18	11.6%
法人格を持っているか	15	9.7%
新聞記事や自治体の広報誌など、第三者が客観的に紹介した資料があるか	15	9.7%
税の優遇措置が得られるか	7	4.5%
社会的信用力の高い人物が参加しているか	5	3.2%
財政的に安定しているか	4	2.6%
企業寄附を受けた実績があるか	3	1.9%
貴社の寄附行為をPRしてくれるか	3	1.9%
貴社の役員か社員がかかわっているか	1	0.6%
その他	8	5.2%
無回答	7	4.5%
回答者数	155	

コ) 寄附したNPOからの結果報告の中にあるとよい情報としては、「会計報告」が39.4%と最も高い。「事業に参加したスタッフ・ボランティアの人数」38.7%、「どんな成果が生まれたか等について統計で説明した資料」32.3%では、客観的な説明資料を求める傾向がうかがえる。同時に、「NPOの代表者・活動責任者の言葉」32.9%、「事業の様子がわかる映像」26.5%と、活動への想いや活動の様子がわかる情報も求められている【問23】。

サ) 寄附活動に対する満足度では、「無回答」を除くと、「普通」が67.8%、「たいへん満足」の13.6%と「やや満足」の15.3%の計が28.9%となる【問5】。行った寄附活動で『寄附してよかった』と感じた事例と理由では、施設や海外の「子どもたちから毎年お礼の手紙が届く」など、受益者に役立ったことが目に見える形や、生の声で伝わってくるものへの満足度が高い【問8】。こうした点を踏まえた寄附者とのコミュニケーションの改善も今後の課題である。

(5) 寄附を促進するためにあるとよい仕組み

シ) 「寄附の募集情報を集めたホームページや冊子」が41.9%と最も多い。「寄附募集をしている団体と出会い・対話交流できるイベント」27.1%がそれに続き、市民向け調査の12.6%と比べて交流を望む声が多い。対して「資金を必要としているNPOへ分配する仕組み」は18.7%、「寄付募集のちらしやポスター等が、いろいろな施設で掲示されること」16.1%（市民では、各々31.2%、38.9%）と比較的低い。団体自身と直接対話し、寄附先を判断できるような仕組みへの志向性が高い【問25】。

ス) 今後、名古屋市内にどんな仕組みや機会があるとよいのかの問では、「複合的なポータルサイト等」、「認知の機会を広げる」、「情報の公開」、「第三者機関によるチェックの仕組み」、「信頼できる機関を通した情報提供」等の回答があった【問27】。

第5章 第1節 NPO法人の資金調達の実態

第5章の第1節（5－1）では、名古屋市に主たる事務所を置くNPO法人（所轄庁が名古屋市の法人／内閣府から愛知県に所轄庁が移管された法人）で、かつ、2009年度の会計報告で「寄附及び賛助会費収入が30万円以上」と記載されている法人を対象とした（送付数182法人、回答数99法人）。資金調達活動に対する考え方や必要な理由、用いている手法や意識して取り組んでいること、寄附者の傾向、寄附者への対応に加え、資金循環を活性化するため仕組みに対する意見も併せて調査した。

（1）団体の資金調達活動の意向、必要な理由

ア）近い将来の収入総額では、「現状より少し増やす（1.5倍程度）」が55.6%で最も多く、「現状より大幅に増やす」、「それ以上に増やしたい」と合わせると、増やしたい団体は約8割を占める【問1－1】。その中でも、増やしたい収入項目として、「会費」58.6%と「寄附金」56.6%が多く、「団体の自主事業」44.4%がそれに続いた【問1－2】。

イ）資金調達活動が必要な理由の結果は、下表の通りである。現在行っている事業の安定・維持や組織の基盤強化の面での理由とする回答数が多いが、外部的に必要な性をアピールするには、事業の維持や活動の継続がどのような社会的効果を生み出せるかといった視点でのPRが重要になる【問3－1】。

問3－1. 資金調達活動が必要な理由（複数回答）

	必要継続させるための費用が安定が・	行っている事業が困難な事業は対価を	得るのに困る事業は対価を	を適切なレベルにやする件費	ス適切なレベルにやする件費	備材等、所費が必須の活動の基盤整備	事務等、所費が必須の活動の基盤整備	くに財源を多様化して、今後は	行っている事業が拡大する	た新しい事業を立ち上げる	得る多くの寄附・社会的な信用を得る	に困り事を抱えている必要等	その他	無回答
回答者数	99	83	42	40	32	30	29	25	23	5	2	3		
割合		83.8%	42.4%	40.4%	32.3%	30.3%	29.3%	25.3%	23.2%	5.1%	2.0%	3.0%		

（2）行っている資金調達活動

ウ）「通年にわたって寄附を呼びかける」が63.6%で最も多く、「ホームページやパンフレット等で寄附を呼びかける」が39.4%と、日常的な取り組みが多い。対して、資金調達イベントの主催や地域イベントへの参加など、イベントを通じた資金調達の実施率は3割弱。また、市民向け調査で最も希望が多かった買い物を通じた寄附の一手法である「ショッピングポイントの仕組みに参加する」も26.3%であり、現在の寄附者以外の層に広く働きかけるアプローチが弱い。「企業等を個別訪問し、寄附等のお願いをする」も22.2%にとどまった【問2－1】。

（3）資金調達活動で意識して取り組んでいること

エ）次頁の表の通りであった。寄附する側が最重要視する「活動」や「資金の使い道」についての説明は大半の団体が意識している。対して、具体的な評価を示したり、寄附者層の関心を意識する等の共感を呼び起こす工夫については、10%未満と取組率は低い。また、資金調達の計画を明確にしたり、メディアを活用する等の戦略的な取り組みについては、まだ多くの団体で進んでいない【問2－2】。

問2-2. 資金調達活動を行う時、意識して取り組んでいること（複数回答）

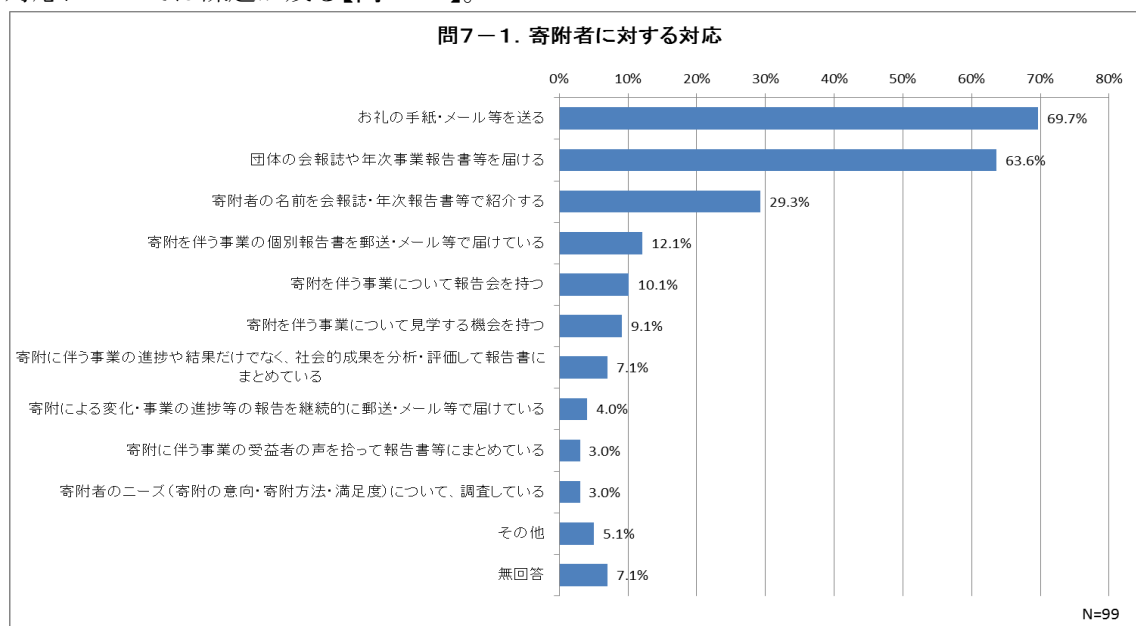
図2-2 資金調達活動を行った際の意識の強弱について（回答者数107）														
	活動実績を示す	資金の使い道や目的をわかりやすく説明する	信頼性を高める	活動を支援してくれる人やネットワークを示し、	団体の財政状況を伝える	資金調達活動への協力者の利便性を図る	具体的な効果を示す	世代や属性等、相手の関心や意識して資金調達の仕方を工夫する	資金集めを担当するチームを結成する	目標金額や呼びかけ対象のリスト等を作り、計画的に資金調達をする	資金集めをしている事について、メディアを活用する	資金集めの依頼の仕方について研修を行う	その他	無回答
回答者数	99	80	69	43	38	10	7	7	6	5	5	2	6	4
割合	80.8%	69.7%	43.4%	38.4%	10.1%	7.1%	7.1%	7.1%	6.1%	5.1%	5.1%	2.0%	6.1%	4.0%

(4) 寄附者数／寄附総額の傾向

オ) 個人の寄附者数は、「10 人未満」27.3%、「10 人～50 人」で 24.2%である、一方で「100 人以上」の団体も 22.2%に達している。しかし、企業からの寄附は「0 社」が 29.3%、「10 社未満」が 42.4%と 10 社未満が 7 割を超える【問4】。対して、寄附総額では、個人から「10 万円以上」を集めている団体の割合は 43.4%、企業から「10 万円以上」を集めている団体の割合は 32.4%と、企業寄附は件数に比べて額が高く、企業の寄附を増やしていくことは今後の重要なテーマであるといえる【問5】。

(5) 寄附者に向けての報告・対応

カ) お礼状や団体の会報・年次事業報告書の送付の実施率が高いが、寄附をもらった事業個別の情報発信や、報告会・見学等、事業を身近に感じる機会づくりについては浸透度が低い。寄附者の満足度をあげる対応については課題が残る【問7-1】。



(6) 資金循環を活性化するための仕組み

キ) 活用したい仕組みとしては、「寄附や資金支援に関心を持つ企業や市民と出会う機会」が 54.5%と最も多い。続いて「寄附や資金支援に関する募集情報を掲載する Web サイトや冊子」48.5%、「寄附を集め、助成金として配分する仕組み」44.4%、「インターネット上で寄附ができる仕組み」42.4%が多かった。資金調達に関する研修や相談窓口等、自らの資金調達力の向上に関わる項目は、全体としては意向が低い。寄附金額が多い団体ではこうした仕組みへの意向は高い【問8-1】。

ク) 同じく仕組みに対する自由回答では、上記の他に、「NPOが経費が必要であること等を理解してもらうための啓発」「活動等の広報面でのサポート」「行政・企業・金融機関等と連携、取り組むこと」等の意見があがった【問8-2】。

第5章 第2節 地域福祉リーディングモデル事業助成団体の資金調達の実態

第5章の第2節（5-2）では、名古屋市社会福祉協議会から2006年度以降に「地域福祉リーディングモデル事業助成」を受けたことがあり、かつ任意団体（社会福祉法人、特定非営利活動法人等の法人格がないもの）を対象に調査を実施した（送付数30団体、回答数15団体／名古屋都市センター助成団体対象外）。設立初期の費用は助成金で支援を得たが、その後は活動継続のための資金的課題が想定され、その中で寄附や資金調達の課題をどのように捉えているかを把握することをねらいとした。

（1）財政の現状と、将来への展望

ア) 「地域福祉リーディングモデル事業」の今後の実施についての展望では、「活動の範囲を広げていく」が33.3%、「活動密度（回数）を上げていく」が13.3%等、活動を発展させていきたいとする意見が半数弱の46.6%を占める。また、「該当する事業（活動）を現状維持で続けていく」26.7%と合わせると、7割を超える【問1-1】。

イ) 該当する事業の財政的な状況については、現在の活動を行うには「資金がやや不足している」46.7%と、「資金がかなり不足している」13.3%の計は6割で、半数以上が不足感を感じている【問1-3】。

ウ) 近い将来（3年後を目安）収入総額をどうしたいかという展望では、「現状より少し増やす」が46.7%で最も多く、「現状より大幅に増やす」の26.7%と合わせた計は74.4%で、NPO法人の80.9%よりは低いが、収入増への意向は高い【問2-3】。

エ) その内、増やしたい収入項目は、「社会福祉協議会・共同募金」26.7%、「あいちモリコロ基金」20.0%等、助成金・補助金への期待が比較的高い。一方で3団体20.0%が「寄附金」をあげている。また、「企業等からの委託事業」「団体の自主事業」が各3団体で20.0%、「行政からの委託事業」が2団体で13.3%と、事業収入を増やしたいという意向もうかがえる【問2-2】。

（2）資金循環を活性化させる仕組み・機会への希望

オ) 活用したいと考える仕組みでは、「寄附や資金支援に関心を持つ企業や市民と出会う機会」「資金調達について相談にのってくれる窓口」が各々60.0%、「寄附や資金調達に関する募集情報を掲載するWebサイトや冊子」「インターネット上で寄附ができる仕組み」が各々40.0%であった。その他にもさまざまな仕組みに対して比較的高い関心が寄せられた。特徴的だったのは、「相談にのってくれる窓口」の割合が高い点である。寄附をはじめ今後の資金調達のあり方については、まず相談窓口でニーズを汲み取り、それに応じた支援策を検討していくことが重要だと言える【問3-1】。

カ) 同様の自由回答としては、情報発信・広報に関して「団体がどのように活動しているのかを社会、市民に向けて公表する場を作る」等、企業寄附・賛助金の促進に関して「企業団体からの寄附金を名古屋市福祉協議会が窓口となって集め、各区の協議会に用途を任せて申請事業を各区協議会が管理監督する」等が記された。その他にも「公的機関が現在行っていて、これを地域で行う方が質の高いことができ金銭的にも安くできることを洗い出す」「エコマネーの活用」等の意見があった【問3-2】。

（3）資金調達活動の経験や状況

キ) 寄附金・賛助金集め、資金調達イベント等、資金調達活動を行なったことが「ある」団体は、4団体で全体の26.7%にとどまった【問4-1】。続いて、行っている資金調達活動や意識して取り組んでいること等も尋ねているが、母数が限られており傾向を述べることは難しいため、割愛する。

第5章 第3節 まちづくり活動助成団体の資金調達の実態

第5章の第3節（5-3）では、名古屋都市センターからのまちづくり活動助成を受けた団体を対象に調査を実施した（助成団体の内、web上に団体情報を掲載している団体。送付数71団体、回答数39団体）。助成団体の中で特定非営利活動法人、社会福祉協議会の福祉リーディングモデル事業の助成団体は、別節で調査を行ったため除外した。

「地域福祉リーディングモデル事業助成（以下、地域福祉助成）」と異なり、設立初期の団体だけではないが、同じく助成金終了後の活動展開の中で、どんな資金的課題が生じているかを把握することを中心的なねらいとした。

（1）財政の現状と、将来への展望

ア）まちづくり助成金を得た事業の今後の展望では、該当する事業について、「活動の範囲を広げていく」28.2%、「活動の密度や回数を広げていく」7.7%の計が35.9%であり、「現状維持で続けていく」が53.8%と最も多い。「地域福祉助成」団体と比べ発展させたい意向がやや弱く、現状維持の意向が高い。他方で、これらの計は89.7%に達しており、活動を継続・発展させていきたいという展望が大半だと見ることもできる【問1-1】。

イ）該当する事業の財政的な状況としては、活動を行うには「資金がやや不足している」が47.5%、「かなり不足している」が22.5%と7割の団体が不足感を感じている【問1-3】。

ウ）近い将来（3年後を目処）収入総額の展望では、「現状より少し増やす」が41.0%と最も多く、「現状より大幅に増やす」の17.9%、「それ以上に増やしたい」の5.1%と合わせると、増やしたい展望の団体が6割を超える。ただし、NPO法人の80.9%、地域福祉リーディング事業助成団体74.4%と比較するとやや低い【問2-3】。

エ）近い将来に増やしたい収入項目としては、「寄附金」が25.6%と最も高い。同時に補助金・助成金については「行政から」「社会福祉協議会・共同募金から」が各17.9%、「名古屋都市センターから」が7.7%と、助成金・補助金への期待も比較的高い。続いて「行政からの委託事業」が15.4%となった。「団体の自主事業」は10.3%であり、対人的なサービスを行うことが多い「地域福祉助成」団体（20.0%）と比べて低く、事業収入の確保に悩んでいる様子がうかがえる【問2-2】。

（2）資金循環を活性化させる仕組み・機会への希望

オ）活用したいと考える仕組みでは、「寄附等に関心を持つ企業や市民と出会う機会」48.7%、「寄附を集め助成金として分配する仕組み」46.2%、「寄附等の情報掲載するWebサイトや冊子」41.0%の順に多かった。続いて、「資金調達についての相談窓口」35.9%が多く、「地域福祉助成」団体と同じく、草の根支援団体では相談ニーズが高いことを示している。他にも、さまざまな仕組みを活用したい意向が表れている【問3-1】。

（3）資金調達活動の経験・用いている手法・意識して取り組んでいること

カ）これまでに寄付金・賛助金集めや資金調達イベント等の資金調達活動を行った経験が「ある」のは48.7%、「ない」は51.3%であった。「地域福祉助成」団体での26.7%と比べ、「ある」が高い【問4-1】。

キ）資金調達活動で行ったことでは、「地域のイベントに参加」が31.6%、「バザー・コンサート等、資金調達のためのイベントを自前でやる」が26.3%と、イベントを活用した活動は多い。対して、

「通年にわたって寄附を呼びかける」は 21.1%、「ホームページやパンフレット等で寄附を呼びかける」は 10.5%と、日常的に資金調達活動はあまり行われていない。総収入額の平均値が約 55 万 9,000 円で事務局体制が脆弱なことが要因になっているかと推測される。従って、あまり負担がかからない方法で、かつ地域の人々への理解を促すような資金調達活動をどう工夫できるかが重要なテーマになってくる【問4-2】。

ク) 資金調達活動で意識して取り組んでいることでは、「活動実績を示す」84.2%、「資金の使い道や目的を分かりやすく説明する」57.9%となっており、寄附する側が最重要視する項目については多くの団体が意識をしている。しかし、寄附者の関心や利便性を考慮に入れて資金調達を行う等の取り組み率は低く、NPO法人との比較でもより少ない【問4-3】。

ケ) 寄附者への対応としては、「お礼の手紙・メールを送る」が 26.3%、「団体の会報誌・年次報告書等で紹介している」「寄附を伴う事業の個別報告を郵送・メールで届けている」が各 15.8%であった。NPO法人の「お礼の手紙・メール」69.7%、「会報誌や事業報告書を届ける」63.6%と比較して大幅に低い。ただし、これはイベント的な資金調達が中心となっている点も影響していると思われる。従ってこれらの回答を機械的に上げる必要はないが、資金的な支援を安定的に得られる戦略が今後必要になってくる【問7-1】。

第6章 第1節 企業ヒアリング調査

アンケート調査の全体傾向を踏まえた上で、企業の寄附の意向をより具体的に把握するために、ヒアリング調査を行った。

6-1-1 対象企業の選定方法

- ・アンケート調査に回答した企業（愛知中小企業家同友会会員企業）のうち、「建設業」「製造業」「卸売・小売業」「サービス業」の業種ごとに、1社ずつ同友会から紹介してもらった。

6-1-2 調査方法

- ・対面ヒアリング調査、調査期間は2012年12月～2013年1月

6-1-3 主な調査項目

- 1 寄附の実績はあるか。どのような想いでどのような寄附をしたか。
- 2 地域課題や寄附に対して、どのような認識や実感を持っているか。
- 3 市民団体に対して「寄附をする／しない」の判断理由や基準は。寄附する団体に求めたい条件は。
- 4 どのようにすれば寄附が受けやすくなるか。寄附をする側と受ける側の望ましい関係とは。

6-1-4 対象企業とトピック

業種／企業名／創業年	トピック
（建設業） 有限会社 山内機設 1996年	・【想い・実績】 社会貢献活動としての“人助け”がしたい ・【社会課題の関心】 未来を担う子どもたちに住みやすい環境を整えること ・【寄附をする判断基準】 活動実態が明らかで、お金が善意に使われる団体に ・【寄附の促進について】 行政作成の情報誌を置いて、団体と市民・企業の寄附が結びつく場をつくることが重要
（製造業） オーエムヒーター 株式会社 1980年	・【想い・実績】 社員や自分のスポーツ経験が縁で、NPO法人運営のハンドボールチームをサポート ・【社会課題の関心】 地域の一員として、住民と企業とが共助共済する必要 ・【寄附をする判断基準】 活動団体との信頼を培い、少しでも長く寄附したい
（卸売・小売業） 株式会社オフィスニーズ 2002年	・【想い・実績】 児童養護施設への寄附を自分自身の使命と捉えている ・【社会課題の関心】 みんなが横一列になってスタートできること、成長できる環境づくりが重要 ・【寄附の促進について】 ホームページで寄附を募りやすくなるようなIT環境を整備するプロジェクトを試みては
（サービス業） クーセイズ株式会社 2009年	・【想い・実績】 NPO雑誌の創刊号で、企業広告掲載費の一部を紙面で紹介したNPOに分配 ・【社会課題の関心】 人もNPOも企業も、“世の中に役立つ”付加価値が重要 ・【寄附をする判断基準】 信用担保のない団体は、縁故か過去の実績が鍵になる ・【寄附の促進について】 NPOと企業の共通する部分を探り、お互いのメリットを形にする。具体的にコーディネートできる中間支援が必要

第6章 第2節 市民活動団体ヒアリング調査

アンケート調査の全体傾向を踏まえた上で、資金調達活動の工夫やそれに取り組む上での努力について教訓・ポイントを引き出すことをねらいに、ヒアリング調査を実施した。

6-2-1 対象団体の選定方法

- ・アンケートに書かれた寄附集めの状況や工夫している点（他団体の参考事例に出来そうなもの）についての回答を参考としながら、活動の分野や組織特性等のバランスを考慮し、第1回有識者会議での意見交換により選定した。

6-2-2 調査方法

- ・対面ヒアリング調査、調査期間は2012年8月～9月

6-2-3 主な調査項目

- 1 寄附活動をどのように位置づけているか。寄附活動における課題をどのように考えているか。
- 2 寄附活動にどのように取り組んでいるか。どんな点で工夫をしているか。
- 3 寄附活動に対してどんな体制をつくっているか。ノウハウやスキルの習得はどうしているか。
- 4 今後の寄附活動を展望する上で、名古屋市で検討されるとよいと思う／提案したい仕組みはあるか。

6-2-4 対象団体とトピック

団体名	活動分野	設立年 (認証年)	トピック
	上段:寄附収入 下段:総収入 (単位:万円)		
認定 特定非営利活動法人 アレルギー支援 ネットワーク	保健・医療・福祉 1,502 3,561	2001 (2006) 認定は 2009	・対価性が低く、寄附が必要だが、現状は事業収入が中心 ・企業に事業提案する形で寄附を依頼している ・オンライン寄附サイトの活用と自団体の情報発信を組み合わせる ・経営委員会の助言によって基盤事業が確立できた
特定非営利活動法人 ささしま共生会	人権擁護 ・平和推進 1,454 4,371	1991 (2001)	・野宿生活者にはなかなか社会的共感や寄附が広がりにくい ・「〇〇円で**できる」等の数値を用いる工夫等で、啓発を行う ・ボランティア活動を通して理解を促進していく ・広告塔的存在に頼らず、方針を共通の言葉で伝えるDVDを作成 ・異業種との交流の機会を期待したい ・困りごとを抱えた方への縦割りを越えた支援をつくりたい
特定非営利活動法人 たすけあい名古屋	保健・医療・福祉 209 28,931	1997 (1999)	・採算の合わない生活支援サービスに、社会的支援収入が必要 ・財政基盤強化を図るため認定NPO法人を目指す。PSTの絶対値基準を、サービスの担い手・受け手を軸に短期間で充当 ・地域への地道な理解促進の必要性を再認識している ・若い世代の関わりを増やし、支援の輪を広げる可能性を考えたい ・社会で支えないといけないNPOへの応援を発掘する方針を ・マネジメント力のある外部人材の確保

団体名	活動分野	設立年 (認証年)	トピック
	上段: 寄附収入 下段: 総収入 (単位: 万円)		
特定非営利活動法人 ホープ・インターナショナル開発機構	国際協力	2000 (2004)	・寄附者を分析し計画的に集めているが、より寄附を伸ばしたい ・寄附者の関心に合わせた多様な寄附メニューを開発している ・多様なチャリティーイベントの開催で潜在的支援者を集める ・気軽な参加の場を持ちつつ、賛助会員になるよう勧める ・動ける人が柔軟に対応／管理費を抑える努力をしている ・他団体と寄附集めのノウハウを交換したい
	15,359 22,667		
特定非営利活動法人 ボラみみより情報局	NPO 支援	1999 (2003)	・主力事業継続のため資金調達が不可欠である ・ボランティアの発想を元にさまざまな資金調達を試行してきた ・資金調達の必要性を理解してもらい、スタッフ参加型の資金調達を展開したい ・小さな団体にお金が回ることが必要で、お金の出し手とつなぐような中間支援が大切
	55 1,941		
特定非営利活動法人 レスキュー ストックヤード	災害救援	1995 (2002)	・緊急支援の際の人的費の必要性について理解を促進する必要 ・緊急性が薄い防災関連事業等への寄附獲得は難しい ・「情報発信」と「支援先との交流」で中期的な支援を目指している ・被災地を継続的に支援する「サポータープロジェクト」を試みる ・東日本大震災でボランティア発の継続的な募金活動が生まれた ・専門的ボランティアが情報発信を支える ・説得力のある PR を指南してくれる人材と出会いたい
	4,703 13,653		
ふれあいサロン 「もうやいこ」 地域福祉リーディング モデル事業助成団体	高齢者福祉 多世代交流	2006	・高齢者や子育て世代の母子が集まれるたまり場を毎日開催 ・助成金獲得後は、「もうやいこ」の精神で節約と事業収入を確保 ・月ごとの財政目標を立て、厳しい時はバザー等に参加 ・地域ニーズに応えるための施設確保、継続のための人的費確保が必要に ・空家情報や、同種の活動団体が集まる情報交換の場がほしい
	収入総額 約 74 万円		
NGOア∞ス まちづくり活動助成 団体	環境保全	2007	・初期投資の後は、安易にお金集めに頼らないように意識した ・支出を工夫して節約し、管理費(事務所経費)を見直した ・大がかりなイベントも行っているが、協賛金から余剰は期せず、日常的な工夫で運営資金を工面している ・新しい社会貢献活動の芽生えがあれば、資金調達も活発化できる
	収入総額 約 30 万円		

※たすけあい名古屋、ホープ・インターナショナル開発機構、レスキューストックヤードについては、寄附者へのヒアリング／アンケートも行った。

第6章 第3節 寄附プログラムに関するヒアリング調査

資金調達を効果的に行っていく上で、個々の団体による努力だけでなく、既にある寄附プログラムを上手に活用することも重要だという観点から、名古屋市内の市民活動団体が参加しやすい寄附プログラムを選び、どのように活用するとよいかヒントを得るねらいで、ヒアリング調査を実施した。

6-3-1 ヒアリング対象の選定方法

- ・有識者会議及び事務局での議論を踏まえ、寄附プログラムとして、①ぼらチャリ 2012 実行委員会（名古屋市、社会福祉法人名古屋市社会福祉協議会、株式会社国際デザインセンター）主催の「ぼらチャリ 2012」と、②イオン株式会社による「幸せの黄色いレシートキャンペーン」を取り上げた。
- ・ヒアリング調査では、①では、ぼらチャリにおける得票数上位 3 団体、②では、イオンナゴヤドーム前店を対象とした。

6-3-2 調査方法

- ・対面ヒアリング調査、調査期間は 2012 年 12 月～2013 年 1 月

6-3-3 主な調査項目

①ぼらチャリ参加団体

「参加の動機と取組概要」「参加しての感想」「ぼらチャリの寄附の使い道」「参加店募集の反応」「NPOへの寄附を増やすのに必要なことは」

②イオン; 幸せの黄色いレシートキャンペーン

「登録団体の傾向」「登録の仕組み」「お客さんの反応・浸透度」「イオンでの取り組み状況・従業員の反応」「登録団体からの反応・イオンとの関係づくり」

6-3-4 対象団体とトピック

	団体名	トピック
ぼらチャリ参加団体	特定非営利活動法人 子育て支援のNPOまめっこ	・名古屋市が「寄附文化を作ろうとしている」点に賛同し参加した ・支援をどう広げるかを検討した「まめっこ未来会議」がベースにあった ・寄附は地域商店街の活性化と協働事業の赤字補てんに活用 ・地域単位のぼらチャリの可能性を探りたい
	特定非営利活動法人 DOG DUCA	・犬を殺処分しないためのシェルター建設を目指す ・まじめに活動しているNPOを知ってもらいたいという想いがあった ・もっと市民を巻き込んで行うための場にするのが大切 ・反省点を改善する、企画から団体を巻き込むことが大切
	特定非営利活動法人 アスクネット	・他のNPOとのネットワークづくりを期待していた ・理事も含めて団体内の親睦が進んだ ・寄附は高校生のインターンシップ事業の費用に充てたい ・継続することで寄附することが普通の行為になる
イオン	イオン ナゴヤドーム前店	・5つのカテゴリーに計42の市民活動団体が登録 ・年々認知度が高まってきた／同じ商品を買うなら寄附活動できるイオンでと思ってもらいたい ・店舗への負担はなく、実績に応じて店舗の評価もあがる仕組み ・登録団体と他の協力関係が広がっていくこともある

1-6 調査の体制

- ・下記スタッフで調査を進めると共に、結果分析と課題整理のため8名の有識者による、計3回の有識者会議を開催して、実施した。

★以下敬称略、順不同

○有識者

雨森孝悦	日本福祉大学教授	①②③
安藤明夫	中日新聞 編集委員	②③
今田 忠	日本NPO学会顧問	①②③
内輪博之	愛知中小企業家同友会 事務局長	②③
鈴木久司	東海労働金庫 専務理事	①②③
富田哲生	名古屋市社会福祉協議会 事務局長	①②③
中尾さゆり	内閣府 特定非営利活動法人の会計の明確化に関する研究会委員	①②③
中野充康	愛知県県民生活部社会活動推進課主幹	①②③

- ・有識者会議は、第1回目は市民活動団体向けの調査の分析、第2回目は市民向け・企業向けの調査の分析、第3回目は資金循環の促進に向けた方策の検討を行った。各回の会議目的によって有識者の構成は異なる。上記の①～③によって示した。

○事務局

吹上康代	名古屋市市民経済局地域振興部市民活動推進センター所長
鷲見敏雄	名古屋市市民経済局地域振興部市民活動推進センター主査
木村仁志	名古屋市市民経済局地域振興部市民活動推進センター主事

○受託団体 特定非営利活動法人ボランタリーネイバーズ

大西光夫	理事長 (統括・監修)
三島知斗世	調査研究部長 (調査企画、統括、第1・2・3・4・5・6章執筆・編集、総合編集)
太田黒周	調査研究／研修担当 (調査企画、統括補助、ヒアリング、第1・6章執筆、総合編集補助)
加藤淳一	本調査事業担当 (統計処理 [第4章・5章]、第4章執筆、グラフ・集計表作成)
齊藤 誠	本調査事業担当 (統計処理 [第3章]、グラフ・集計表作成)
粉川玲子	本調査事業担当 (統計処理確認等 [第3・4・5章]、グラフ・集計表作成、編集実務)
長坂英生	本調査事業担当 (ヒアリング [第6章の団体及び寄附者に対する調査と執筆])
加美秀樹	本調査事業担当 (ヒアリング [第6章の企業、ぼらチャリ参加団体等の調査と執筆]、編集実務)

○調査協力

愛知中小企業家同友会
社会福祉法人 名古屋市社会福祉協議会
財団法人 名古屋都市センター

1-7 調査スケジュール

	市民活動団体調査	市民・企業への調査
5月	事業開始 NPO法人向け調査の調査票の設計	
6月	NPO法人向け調査票発送 NPO法人向け調査票発送 任意団体向けの調査の対象者の抽出の依頼	市民向け調査の調査票の設計 市民向け調査の対象者のデータ抽出の依頼
7月	任意団体向け調査票の設計と発送 NPO法人調査の回答入力・集計 任意団体のヒアリング候補先の情報収集	市民向け調査票発送 市民向け調査の回答入力・集計
	有識者会議① NPO法人向け調査の回答結果の分析、	ヒアリング団体候補の選定
8月	任意団体向け調査の回答入力・集計 ヒアリング調査 ↓	
9月	ヒアリング調査の執筆 啓発冊子の執筆・編集	市民向け調査集計・分析（クロス集計等）
10月	NPO法人調査集計・分析（クロス集計） 啓発冊子の完成・普及	企業向け調査の調査票設計 企業向け調査の調査票発送
11月	NPO法人調査集計・分析（グラフ化等）	企業向け調査の回答入力・集計 市民向け調査の分析（グラフ化・執筆等）
	有識者会議② 市民向け調査・企業向け調査の回答結果の分析	
12月	NPO法人向け調査の分析（執筆等） 任意団体向け調査の分析（執筆等） ぼらチャリ参加団体ヒアリング	企業向け調査の分析（グラフ化・執筆等） 企業等ヒアリング
1月	ぼらチャリヒアリング事例の執筆 提言内容の検討	企業等ヒアリング事例の執筆
2月	提言内容の執筆 調査報告書の全体編集 有識者会議③ 資金循環の促進に向けた方策の検討	
3月	調査報告・意見交換会 調査報告書最終編集 調査報告書完成	